

七高校公布专科一批录取线

热门院校专科线超本科



本报济南8月3日讯(记者 杨凡 实习生 黄羽萱) 3日,随着高考专科一批志愿录取工作的开展,我省部分专科一批招生情况较好的学校率先公布了专科一批录取分数线。今年,部分热门学校专科录取线比二本录取控制线要高,甚至高于自身本科专业的录取线。

山东建筑大学招生工作人员介绍,该校专科一批录取最低分文科为515分,理科为506分,均高于本科二批第一志愿省属线;且该校专科一批文科线高于该校本科二批文科线。

山东经济学院文科录取线为509分,理科录取线为494分;该校专科一批文科线也高于该校本科二批文科线。

青岛理工大学理科录取线为483分,与本科二批第一志愿济南青岛线持平,文科录取线为486分;该校会计和建筑类专业报考较热。

鲁东大学文科录取线491分,理科录取线443分。该校招办负责人介绍,理科入档考生中有一人因不服从调剂而被退档,因此理科录取线与投档线持平。

山东交通学院专科一批投档中理科投满且超额,但航海技术和轮机工程技术两个专业比较特殊,只招男生且对视力有特殊要求,部分考生因性别或视力原因被退档,理科录取线即为投档线449分。该校文科没有投满,尚需征集志愿。

山东商业职业技术学院文科录取线为486分,理科录取线

为468分。文科的会计专业和理科的供热通风与空调工程技术专业录取火爆,录取线超过或接近本科二批第一志愿济南青岛线。

山东英才学院专科一批一志愿文理科全部投满,其中文科最高分527分,录取线为462分;理科录取最高分501分,录取线为473分。

教育部批准的普通本科高校 山东英才学院 招生电话: 0531-8829300 网址: www.yycy.com

专科二批资格线: 180分

8月5日填报二批一志愿

本报济南8月3日讯(记者 杨凡 实习生 黄羽萱) 3日20时,省招考院公布2011年普通高校专科(高职)二批填报志愿资格线,文理科均为180分。

据了解,今年专科二批填报志愿资格线与去年相比,降低了10分。高职对口专科、实践生专科和优秀运动员填报志愿不设资格线。

根据我省高招录取工作意见,专科(高职)二批录取控制分数线根据生源及招生计划划定。据分析,专科二批填报志愿资格线的降低一方面意味着低分考生有了更多上大学的机会,另外对专科二批学校而言也意味着更大的挑战。

根据我省今年高招录取工作进程,8月5日8:30至17:00,将同时填报专科一批征集志愿以及专科二批一志愿(含对口、实践生、优秀运动员)。

另外,省招考院网站上还公布了部分院校专科(高职)二批计划更正通知,请考生注意查看。

济南大智高考复读学校 专业高考复读 咨询热线: 0531-67895066

“承包”安全

在全国开展的交通秩序区域联动整治行动中,莱芜交警一大队车管所将420辆重点车辆“承包”给民警,“承包”民警与车主结成对子,建立定期联系制度,及时向车主通报近期交通安全形势,督促落实安全管理主体责任,以确保行车安全。

闫秀玲 于晓敏 张泽文 李学军 摄影报道



回归原点, 广汽本田力夺中国售后服务满意度桂冠

7月28日,国际权威认证机构J.D.Power亚太公司发布了2011年中国售后服务满意度指数研究(SI)报告,广汽本田以超出行业平均分63分的优异成绩一举夺得2011年中国售后服务满意度第一名,896分的成绩更是创造了这项调查11年来的至高纪录。无独有偶,2011款雅阁上半年以61948辆一举夺得中高级轿车上牌量冠军,以无可辩驳的事实,平息了媒体和业界对于“到底谁才是真正的中高级车冠军”的热议。

一个月之内,广汽本田一举拿下两个冠军,而且是两个含金量极高的冠军,这在中国汽车行业是非常罕见的。正如业内一位知名营销专家所指出的:售后服务满意度(CSI)是消费者对于厂家售后服务满意度的最真实评价,而上牌量是最真实的销量,是终端消费者用自己的钱包在给品牌投票,这两项数据均来自消费者的直接反馈,具有相对较高的可信度,是所有厂家梦寐以求的最高荣誉,广汽本田一举拿下两项冠军,充分证明回到消费者原点,潜心提升服务必会获得消费者丰厚的回报,成为消费者心中真正的冠军。

客户满意高于一切



J.D. Power亚太公司中国售后服务满意度指数研究已经进入第11个年头,由于其意见和投票均来自真实的车主反馈,J.D. Power被业内公认为衡量客户满意度的最权威标杆,即使放在全世界,J.D. Power售后服务满意度冠军也是各个汽车厂家最渴望拿到的权威奖项。

报告显示,2011年总体售后服务满意度指数得分为899分,与2010年(819分)相比提升了14分,而名列榜首的广汽本田,售后服务满意度指数得分为896分,超出行业平均分(833分)63分,清楚地向整个行业证明了广汽本田的卓越服务,尤为引人关注的是,广汽本田不仅维持了高水平的售后服务满意度,而且得分还呈现逐年提升的趋势——从2009年的870分,2010年的874分,再到2011年的896分,充分显示了广汽本田在售后服务领域不断感知顾客的需求,坚持改善的不懈努力。

对于广汽本田夺得CSI冠军,广汽本田

执行副总经理姚一鸣表示:“广汽本田从来没有刻意追求销量和名次,我们所做的只是回归原点,扎扎实实为消费者提供更好的服务。先把服务做好,我们再考虑能卖多少车,这是我们的行事标准。一直以来,广汽本田把客户满意度放在首位,在我们的内部考核中,CSI是最高标准,2011年广汽本田强化CS管理,将特约店的收益与CS改善结合到一起,促使特约店自主改善,提升整个体系的售后服务满意度,因此,销量冠军也好,上牌量冠军也好,J.D. Power这块金牌的分量是最重要的,因为这是消费者真实意见的表达。”

一位专家指出,在国内,恐怕没有哪一家汽车厂家像广汽本田这样,将客户满意度放在高于一切的位置上,在前两年市场形势大好,各个汽车厂家都在忙着圈地扩能的时候,广汽本田却一反常态,调慢节奏,甚至不再将销量作为硬性的考核指标,而是围绕服务苦下功夫,在各个汽车厂家都在拼命上销量的浮躁背景下,广汽本田专注于客户满意度的这份“淡定”,显得格外难能可贵。

回到消费者原点

业内人士认为,广汽本田此次CSI夺冠不是偶然,是广汽本田服务体系整体提升的必然结果,也是多年来广汽本田一直坚持以实现顾客“购买的喜悦”为出发点,不断完善售后服务体系的成果。

早在成立之初,广汽本

田一直坚持“三个喜悦”的经营理念,将客户“购买的喜悦”放在首位,不遗余力地为客户提供优质的售后服务,广汽本田是国内首个导入以售后服务为中心,集整车销售、售后服务、零部件供应、信息反馈四位一体的销售服务模式的企业,多年以来,广汽本田始终围绕“提高客户满意度”来建设和完善售后服务管理体系,以“亲、速、确、安”为服务口号,以提供超出顾客期待的服务为目标,通过开展丰富多彩的服务项目,不断完善自身的服务体系,持续提升特约销售服务店的服务能力和服务水平,致力于向用户提供优质服务,目前广汽本田已经在全国建成了470多家特约店,为近220万客户提供服务。

为了切实提升服务水平,让用户能够用的放心、舒心,广汽本田本着“三现主义”(现场、现物、现实),对特约店进行现场指导和培训,对特约店反映的售后服务工作中的重难点项目进行联合攻关,对用户到店接待的每个环节和流程进行针对性的改善,提升特约店的服务能力和服务水平,除了实施多年的CSI满意度考核和优秀特约店评估,广汽本田还通过引入第三方调查机构,举办用户座谈会等措施深入了解自身的不足和市场最新动态,这些行之有效的措施帮助企业更准确的把握消费者需求,作为国内首个举办售后服务技术技能竞赛的企业,今年以来,广汽本田又



依托区域协会的力量开展服务之星以及金扳手活动,以竞赛形式加强特约店之间的交流和学习,对进一步提升服务水平,加强维修质量管理效果明显,可以说,作为中国汽车售后服务领域的开创者与引领者,广汽本田多年来带动了整个行业服务水平的发展和提升,广汽本田在用户满意度和产品质量方面的不懈追求和精益求精,为国内汽车行业树立了标杆。

某业内著名营销专家所指出,做好客户满意度表面上企业节支了,实际上一旦夯实了基础,赢得了客户的认可,规模和销量都将事半功倍,水到渠成,上半年广汽本田雅阁能够以61948辆的成绩,夺得中高级车市上牌量冠军,完善的售后服务为其加分不少,来自广州的王先生是2011款雅阁车主,谈到选择雅阁的动机,他介绍说,身边朋友的极力推荐,让他对雅阁的魅力有了充分认识,雅阁三年十万公里的超长保修政策是

吸引他的一个重要原因,而促使他最终选择雅阁,是看车的时候4S店人员体贴周到的服务打动了他。

专家点评:广汽本田J.D. Power售后服务满意度第一名,雅阁夺得中高级上市销量冠军,标志着广汽本田已拥有所有广汽厂家梦寐以求的美誉,消费者心中的冠军,这充分说明了一个道理:在竞争白热化的市场上,没有什么捷径可走,要想获得消费者的认可,必须以客户满意为至高目标,甚至适当调慢节奏,以追求有质量的增长。

其实不仅仅是高铁,就是一家企业,牺牲质量的“快”的代价也是昂贵的。中国汽行业快速发展之下存着同样的隐忧,这几年狂飙突进式发展,掩盖了不少原经济问题,企业一旦遇到经济周期,必将出现大起大落,像广汽这样追求有质量的增长的经营理念,值得当下更多企业学习和反思。